

Hubungan Antara Motif Afiliasi Dengan Konformitas Teman Sebaya Pada Remaja Pengguna Pesan Instan Blackberry Messenger (BBM)
(Heriana Ramadhani Harahap, Andromeda, Hal. 61-76)

HUBUNGAN ANTARA MOTIF AFILIASI DENGAN KONFORMITAS TEMAN SEBAYA PADA REMAJA PENGGUNA PESAN INSTAN *BLACKBERRY MESSENGER* (BBM)

Herina Ramadhani Harahap¹, Andromeda²

Email; rrinaharahap@yahoo.com

^{1, 2)} Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Semarang

ABSTRAK

BlackBerry Messenger (BBM) adalah program pengirim pesan yang disediakan untuk para pengguna ponsel *BlackBerry* maupun *smartphone*. Pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat terutama remaja. Remaja yang menggunakan pesan instan BBM mayoritas dipengaruhi oleh konformitas teman sebaya dan motif afiliasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara motif afiliasi dengan konformitas teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM). Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif korelasional. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sebanyak 219 subjek. Analisis data penelitian menggunakan uji korelasi dengan taraf signifikansi 0,05. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan skala konformitas teman sebaya dan skala motif afiliasi. Jumlah item pada masing-masing skala adalah 29 item untuk skala konformitas teman sebaya dan 40 item untuk skala motif afiliasi.

Hasil uji reliabilitas pada masing-masing skala yaitu 0,909 pada skala konformitas teman sebaya dan 0,906 pada skala motif afiliasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *Pearson*. Hasil uji korelasi *Pearson* diperoleh $r_{xy} = 0,392$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan nilai $p < 0,05$ maka pola hubungan antara variabel motif afiliasi dengan konformitas teman sebaya adalah signifikan. Maka hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara motif afiliasi dengan konformitas teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) diterima. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel motif afiliasi dengan konformitas teman sebaya. Dengan demikian semakin tinggi motif afiliasi remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) semakin tinggi pula konformitas teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM).

Kata Kunci: *Motif Afiliasi, Konformitas Teman Sebaya, Remaja Pengguna Pesan Instan BlackBerry Messenger (BBM).*

ABSTRACT

BlackBerry Messenger (BBM) is a messenger programs provided to the users of BlackBerry phones or smartphones. Instant messaging BlackBerry Messenger (BBM) is used by many people, especially adolescent. Adolescent who use instant messaging BBM majority influenced by peer conformity and affiliation motive.

This research aimed to know correlation between affiliation motive and peer conformity in adolescent users instant messaging BlackBerry Messenger (BBM). Kind of research used is quantitative correlation. The sampling technique used purposive sampling as many as 219 subjects. Analysis of study data using correlation test with significance level of 0.05. Collecting data in this study using peer conformity scale and scale affiliation motive. The number of items in each scale are 29 items to peer conformity scale and 40 items for the scale affiliation motive. Reliability test results on each scale is 0,909 on a scale of peers conformity and 0,906 on a scale of affiliation motive. Data analysis technique that used is Pearson correlation.

The resulted showed correlation Pearson value $r_{xy} = 0,392$ with a significance level of 0.000. Due to the value of $p < 0.05$ then the pattern of the correlation between variables affiliation motive and peer conformity is significant. Then the hypothesis that there is a correlation between affiliation motive and peer conformity in adolescent users instant messaging BlackBerry Messenger (BBM) is received. That is a significant correlation between variables affiliation motive and peer conformity. Such was research is the higher affiliation motive in adolescent users instant messaging BlackBerry Messenger (BBM) so the higher peer conformity in adolescent users instant messaging BlackBerry Messenger (BBM).

Keywords: *Affiliation Motive, Peer Conformity, Adolescent Users Instant Messaging Blackberry Messenger (BBM).*

PENDAHULUAN

Internet di Indonesia bukan merupakan hal baru yang hadir ditengah-tengah masyarakat. Menurut data di Kementrian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) yang dilansir *solopos.com* pada tanggal 30 September 2014, menyatakan “jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 82 juta orang. Dari jumlah tersebut 80 persen di antaranya adalah remaja berusia 15 – 19 tahun.”

Masyarakat Indonesia menggunakan layanan internet untuk berbagai hal diantaranya untuk *browsing, chatting, jual beli di online shop, bermain game online*, dan lain sebagainya. Adapun fasilitas internet yang termasuk dalam *social*

networking atau jejaring sosial diantaranya *My Space, Facebook, Windows Live Spaces, Friendster, Hi5, Flickr, Orkut, Flixter, Multiply, Netlog, Twitter*, dan lain sebagainya.

Selain *social networking* salah satu fasilitas internet yang sedang populer didunia saat ini yaitu pesan instan yang terhubung langsung dengan internet. Pesan instan yang terhubung langsung dengan internet termasuk kedalam aplikasi *chatting online* dan merupakan aplikasi *Smartphone*. Hasil survei Ericcson Cumsumer Lab Maret 2013 kepada 2.053 responden di sembilan provinsi di DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Banten, Sumatera Utara, Kepulauan Riau, Kalimantan Timur, dan Sulawesi Selatan seperti yang dilansir dalam <http://m.koran-jakarta.com> pada tanggal 11 Maret 2014, menunjukkan “pesan dipakai oleh 56 persen pengguna ponsel pintar (*smartphone*).

Kehadiran internet dan *smartphone* atau ponsel pintar menjadi saling berkaitan erat dan fungsinya menjadi saling melengkapi. Berbagai aplikasi di *smartphone* terutama yang berbasis sistem android memberikan banyak kemudahan bagi para penggunanya dalam berbagai aspek. Aplikasi pesan instan yang terdapat pada *smartphone* yaitu *BlackBerry Messenger (BBM)*, *WeChat*, *WhatsApp*, *MSN*, *KakaoTalk*, *LINE*, *BeeTalk*, dan lain sebagainya. Aplikasi tersebut diunduh melalui aplikasi *play store* yang terdapat di *smartphone* atau di *google play*. Salah satu aplikasi pesan instan yang tengah populer didunia saat ini yaitu *BlackBerry Messenger (BBM)*.

Awalnya BBM merupakan aplikasi pesan instan yang hanya terdapat di ponsel merek *BlackBery*. Namun setelah aplikasi BBM mulai hadir di Android dan iOS, aplikasi pesan instan tersebut mulai diminati pengguna di Indonesia. Menurut data yang dilansir dari <http://m.koran-jakarta.com> pada tanggal 11 Maret 2014, menyatakan bahwa “layanan BBM bertambah 20 juta pengguna

aktif baru. Saat ini, jumlah pengguna aktif BBM sudah mencapai lebih dari 80 juta pengguna per bulan.”

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Nielsen yang dilansir dari <http://tekno.kompas.com> pada tanggal 12 Juni 2014, menyebutkan bahwa “pengguna BBM dipakai oleh 79 persen pengguna *smartphone* di Indonesia untuk *chatting*.” Selain itu “pengguna BBM rata-rata menghabiskan waktu 23,3 menit per hari untuk mengobrol lewat aplikasi itu.”

BBM sebagai aplikasi pesan instan telah memberikan kemudahan bagi penggunanya diantaranya memberikan kemudahan untuk mengirim pesan, *free calls*, *update status*, *mengubah foto profil*, *jual beli online*, mengirim *file* (baik itu gambar, ataupun dokumen).

Adapun cara menggunakan *BlackBerry Messenger* (BBM) yaitu dengan “menambah nomor PIN (*Personal Identity Number*) yang dimiliki masing-masing perangkat *BlackBerry* ataupun *smartphone*. Beberapa fitur yang juga ditawarkan dalam penggunaan *BlackBerry Messenger* (BBM) adalah berbagi berkas, avatar, perbaharui status, *live chat* dan *group messenger*” Morey dalam Annisa (2014:2).

Penggunaan *BlackBerry Messenger* (BBM) yang semakin meningkat ini merupakan hal yang menarik untuk diteliti sebab begitu banyak kalangan masyarakat yang menggunakan *smartphone BlackBerry* cenderung usia remaja, “karena mereka lebih suka berinteraksi dengan teman-temannya melalui *BlackBerry Messenger* (BBM) dibandingkan berinteraksi secara langsung” Annisa (2014:2).

Remaja menggunakan pesan instan BBM karena dipengaruhi oleh teman-temannya yang telah menggunakan pesan instan BBM terlebih dahulu. Apabila mereka ingin berkirim pesan dengan teman-temannya tanpa menggunakan pesan instan BBM, pesan mereka akan lama direspon bahkan pesan mereka sama sekali tidak direspon. Hal ini membuat mereka menjadi gelisah bahkan cemas karena pesan tidak mendapatkan respon dan khawatir jika

teman-temannya tidak mau berteman bahkan bersahabat denganya jika mereka tidak menggunakan pesan instan BBM. Selain itu, mereka merasa senang, aman dan nyaman ketika melakukan obrolan dengan kelompoknya melalui pesan instan BBM karena mereka yakin jika obrolan mereka bisa dijaga kerahasiaannya. Akan tetapi, jika dalam sehari tidak menggunakan pesan instan BBM, mereka akan merasakan bosan, jenuh dan galau karena tidak bisa melakukan obrolan dengan pengguna BBM lainnya. Sehingga mereka memutuskan untuk menggunakan pesan instan BBM sebagai media untuk menjalin pertemanan dan persahabatan.

Keputusan remaja menggunakan pesan instan BBM adalah sebagai bentuk penyesuaian diri agar dapat diterima dan disukai oleh kelompok sebayanya. Menurut Oppenheimer dalam Kusumadewi dan Rachmawati (2008:5), “salah satu bentuk dari penyesuaian diri adalah dengan melakukan konformitas.”

Konformitas yaitu “perubahan perilaku atau kepercayaan sebagai hasil dari tekanan kelompok nyata atau dibayangkan” Myers (1999:210). Demikian pula Baron dan Byrne (2004:53) menjelaskan bahwa “konformitas merupakan usaha yang dilakukan seseorang untuk mengubah suatu sikap, belief, persepsi, ataupun tingkah laku orang lain agar sesuai dengan mereka atau norma yang ada.”

Salah satu faktor yang mempengaruhi konformitas teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) yaitu motif afiliasi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Levy dalam Mantheiy (1969:20) bahwa “motif afiliasi berhubungan positif dengan konformitas”. Demikian pula hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusumadewi dan Rachmawati (2008:17) yang menjelaskan bahwa semakin tinggi pemenuhan kebutuhan berafiliasi maka semakin tinggi tingkat konformitas yang dilakukan oleh mahasiswa semester pertama.

“Motif berafiliasi termasuk ke dalam motif sosial yang merupakan motif yang kompleks dan merupakan sumber dari banyak perilaku atau perbuatan manusia” Walgito (2004:227).

Motif berafiliasi muncul karena secara riil orang mempunyai berbagai macam kebutuhan yang harus dipenuhi apabila ingin kehidupannya berjalan terus. Seseorang menyadari bahwa dalam kehidupan sehari-hari, dirinya menjadi perantara satu dengan yang lainnya untuk mencapai tujuannya.

Walgito (2004:228) mengemukakan afiliasi menunjukkan bahwa Seseorang mempunyai kebutuhan berhubungan dengan orang lain. Orang yang kuat akan kebutuhan afiliasi, akan selalu mencari teman, dan juga mempertahankan hubungan yang telah dibina dengan orang lain tersebut. Sebaliknya apabila kebutuhan afiliasi ini rendah, maka orang akan segan mencari hubungan dengan orang lain, dan hubungan yang telah terjadi tidak dibina secara baik agar tetap dapat bertahan.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui secara empirik gambaran motif afiliasi dan konformitas teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) serta untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara motif afiliasi dengan konformitas teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif korelasional. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sebanyak 219 subjek, dengan karakteristik populasi: (1) Remaja berusia 15–19 tahun; dan (2) Pengguna pesan instan BBM. Hal ini berdasarkan hasil survey di lapangan pada pengguna pesan instan BBM yang berkaitan dengan frekuensi menggunakan pesan instan BBM yaitu antara 3–5 kali dalam sehari dengan rentang waktu penggunaan lebih dari 1 jam. Selain itu, pengguna menggunakan pesan instan BBM dengan tujuan

untuk berinteraksi dengan teman sebayanya. Variabel dalam penelitian ini adalah konformitas teman sebaya sebagai variabel *dependent* (Y) dan motif afiliasi sebagai variabel *independent* (X).

Analisis data penelitian menggunakan uji korelasi dengan taraf signifikansi 0,05 dengan bantuan SPSS 20.0 *for Windows*. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan skala konformitas teman sebaya dan skala motif afiliasi. Jumlah item pada masing-masing skala adalah 29 item untuk skala konformitas teman sebaya dan 40 item untuk skala motif afiliasi. Hasil uji reliabilitas pada masing-masing skala yaitu 0,909 pada skala konformitas teman sebaya dan 0,906 pada skala motif afiliasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji normalitas pada skala konformitas teman sebaya menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* diperoleh koefisien K-Sz sebesar 1,232 dengan signifikansi atau p sebesar 0,096, maka $p > 0,05$. Hal ini menunjukkan sebaran data pada skala konformitas teman sebaya berdistribusi normal. Skala motif afiliasi diperoleh koefisien K-Sz sebesar 1,041 dengan signifikansi atau p sebesar 0,229, maka $p > 0,05$. Hal ini menunjukkan sebaran data pada skala motif afiliasi berdistribusi normal.

Hasil uji linieritas antara konformitas teman sebaya dengan motif afiliasi diperoleh F sebesar 39,423 dengan signifikansi atau p sebesar 0,000, maka $p < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pola hubungan variabel konformitas teman sebaya dengan motif afiliasi adalah linier.

Hasil uji korelasi *Pearson* diperoleh $r_{xy} = 0,392$ dengan signifikansi sebesar 0,000, maka $p < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan “ada hubungan antara motif afiliasi dengan konformitas teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM)” diterima. Hasil uji korelasi disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Hasil Uji Korelasi

		Correlations	
		Konformitas Teman Sebaya	Motif Afiliasi
Konformitas Teman Sebaya	Pearson Correlation	1	,392**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	200	200
Motif Afiliasi	Pearson Correlation	,392**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	200	200

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil penelitian, secara umum konformitas teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) berada pada kategori sedang dengan persentase 86,5% (173 orang), hasil ini berarti bahwa subjek memiliki konformitas teman sebaya yang cukup dimana subjek cenderung rendah dalam konformitas teman sebaya. Sesuai dengan indikator yang menyusunnya dan berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) memiliki kesamaan dengan kelompok, ingin tetap menjadi anggota kelompok, menyesuaikan pendapat pribadi dengan kelompok, menyetujui atau menerima kesepakatan kelompok, melaksanakan kesepakatan kelompok, setia pada kelompok, melakukan tindakan karena ada tekanan, dan rela menjalankan kebiasaan kelompok yang berada dalam kategori sedang. Hal tersebut menunjukkan bahwa subjek dengan konformitas sedang cenderung rendah dapat digambarkan sebagai subjek yang sedikit memiliki ketergantungan pada teman sebayanya. Subjek memiliki pendapat sendiri dalam memutuskan apapun tanpa meminta persetujuan dari temannya, sesuai dengan keinginannya sendiri (Astarsari dan Sahrah, 2015:10).

Secara umum motif afiliasi pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) berada pada kategori sedang dengan persentase 87,5% (175 orang), hasil ini berarti bahwa remaja pengguna pesan instan

BlackBerry Messenger (BBM) memiliki motif afiliasi yang cukup dimana subjek cenderung tinggi dalam motif afiliasi. Sesuai dengan indikator yang menyusunnya dan berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) memiliki indikator bertemu dan berkenalan dengan orang lain; membentuk, memelihara atau menerima keterkaitan dengan orang lain; menunjukkan perbuatan baik dan cinta; melakukan sesuatu yang menyenangkan orang lain; menghindari untuk menyakiti orang lain dan menghilangkan pertengkaran atau perselisihan; mengucapkan salam, halo, dan bertanya dengan bersahabat; memberi informasi, bercerita dan bertukar perasaan; mengekspresikan kepercayaan, kekaguman, perasaan dan mempercayai orang lain; merasa atau bersikap seperti teman; mengikuti dan menyetujui orang lain; berkomunikasi, bermain dengan orang lain, bertelepon dan mengirim surat; dan berbagi keuntungan, pengetahuan, kepercayaan dengan orang lain; menerima ide, menyelaraskan satu perasaan dengan perasaan yang lain atau menyelesaikan perbedaan yang berada dalam kategori sedang. Artinya bahwa subjek mampu mengembangkan hubungan sosial dan membentuk pertemanan baru yang cukup bagus.

Tiap aspek dan indikator mempunyai pengaruh terhadap tinggi rendahnya motif afiliasi. Berdasarkan perbandingan persentase ringkasan deskriptif tiap aspek dan indikator motif afiliasi, hanya indikator merasa atau bersikap seperti teman yang terdapat dalam aspek persamaan memiliki persentase terbesar. Hal ini berarti subjek yang memiliki indikator merasa atau bersikap seperti teman akan membuat tingkat motif afiliasi menjadi tinggi dan subjek yang tidak memiliki indikator merasa atau bersikap seperti teman akan membuat tingkat motif afiliasi menjadi rendah.

Hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa “ada hubungan positif antara motif afiliasi dengan konformitas teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM)” diterima. Hal ini menunjukkan bahwa

semakin tinggi motif afiliasi maka semakin tinggi konformitas teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM).

Konformitas teman sebaya berkaitan dengan tinggi rendahnya motif afiliasi. Remaja yang memiliki konformitas teman sebaya yang tinggi memiliki kekompakan, kesepakatan dan ketaatan yang tinggi dalam kelompoknya.

Konformitas teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) tergolong sedang, hal ini berarti bahwa remaja cukup memiliki kekompakan, seperti memiliki kesamaan dengan kelompok, dan ingin tetap menjadi anggota kelompok; kesepakatan, seperti menyesuaikan pendapat pribadi dengan kelompok, menyetujui atau menerima kesepakatan kelompok, dan melaksanakan kesepakatan kelompok; dan ketaatan, seperti setia pada kelompok, melakukan tindakan karena ada tekanan, dan rela menjalankan kebiasaan kelompok. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa motif afiliasi pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) tergolong sedang.

Peneliti berpendapat bahwa terbentuknya konformitas teman sebaya dipengaruhi oleh usia, dan intensitas menggunakan pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) namun lebih cenderung dipengaruhi oleh usia. Hasil ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Rahmat (2007:154) bahwa makin tinggi usia anak, maka anak semakin mandiri, makin tidak bergantung pada orang tua, dan makin kurang kecenderungannya untuk konformitas.

Beberapa faktor yang mempengaruhi konformitas teman sebaya pada remaja diantaranya adalah faktor yang ditinjau dari segi situasional, yaitu faktor kejelasan situasi, karakteristik situasi, cara menyampaikan penilaian, karakteristik anggota kelompok, ukuran kelompok, keseragaman kelompok, dan kohesivitas kelompok. Remaja bisa meningkatkan atau menurunkan konformitas teman sebaya berdasarkan faktor situasional.

Faktor kedua adalah faktor yang ditinjau dari segi personal, yaitu faktor usia, jenis kelamin, stabilitas Emosional, otoritarianisme, kecerdasan, dan

motivasi. Faktor personal juga paling mempengaruhi tinggi rendahnya konformitas teman sebaya. Tinggi rendahnya konformitas teman sebaya dapat terbentuk apabila faktor personal juga memberikan pengaruh bagi diri remaja.

Menurut Baron dan Byrne (2004:53) konformitas adalah “suatu perubahan sikap dan tingkah dari seorang individu akibat adanya pengaruh sosial agar sesuai dengan norma sosial yang ada.”

Kelompok teman sebaya menjadi begitu berarti dan sangat berpengaruh dalam kehidupan sosial remaja sebagaimana yang dikemukakan oleh Jackie Robinson dalam Papalia, dkk (2008:617) bahwa “sumber dukungan emosional penting sepanjang transisi masa remaja yang kompleks, sekaligus sumber tekanan bagi perilaku yang disesalkan oleh orang tua, adalah peningkatan keterlibatan remaja dengan teman sebayanya.”

Keterlibatan remaja dengan teman sebaya terjadi dalam sebuah kelompok. Adapun dalam kelompok tersebut remaja membutuhkan penyesuaian diri terhadap kelompoknya dengan cara mengikuti apa yang diharapkan kelompok. Apabila remaja tidak mampu mengikuti apa yang diharapkan kelompok, maka resiko yang dihadapinya yaitu ditolak dari kelompoknya. Oleh karena itu, remaja berusaha menyesuaikan dirinya mengikuti apa yang diharapkan oleh kelompok meskipun ia tidak menyukainya.

Berdasarkan hasil penelitian motif afiliasi pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) yang berada dalam kategori tinggi, yaitu sebanyak 21 dari 200 subjek (10,5%), sedangkan yang berada dalam kategori sedang, yaitu sebanyak 175 dari 200 subjek (87,5%), dan berada dalam kategori rendah, yaitu sebanyak 4 dari 200 subjek (2%). Dari uraian tersebut menunjukkan bahwa motif afiliasi remaja pengguna *BlackBerry Messenger* (BBM) berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 175 dari 200 subjek (87,5%). Hal ini menggambarkan bahwa motif afiliasi pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) cukup tinggi.

Cukup tingginya motif afiliasi pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) merupakan gambaran cukup tingginya konformitas teman sebaya, hal ini dikarenakan dalam perkembangan afiliasinya remaja mulai memisahkan diri dari orang tua dan mulai memperluas hubungan dengan teman sebaya.

Dengan demikian hasil penelitian yang menunjukkan motif afiliasi yang cukup tinggi menunjukkan adanya konformitas teman sebaya yang cukup tinggi pula pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM).

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kusumadewi dan Rachmawati (2008:17) yang menemukan bahwa semakin tinggi pemenuhan kebutuhan berafiliasi maka semakin tinggi tingkat konformitas yang dilakukan oleh mahasiswa semester pertama. Hal ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Rahmat (2007:154) yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi konformitas teman sebaya adalah adanya motif afiliasi.

Berdasarkan penjelasan diatas, dijelaskan mengenai hubungan antara motif afiliasi dengan konformitas teman sebaya yang berkorelasi positif. Motif afiliasi berpengaruh terhadap konformitas teman sebaya remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM), selain itu faktor situasional dan personal juga berperan dalam pembentukan konformitas teman sebaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara motif afiliasi dengan konformitas teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM). Dengan demikian semakin tinggi motif afiliasi remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) semakin tinggi pula

konformitas teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM).

Hasil analisis data antara motif afiliasi dengan konformitas teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) menunjukkan bahwa motif afiliasi mempunyai peran yang signifikan terhadap konformitas teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM).

Motif afiliasi pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) berada pada kategori sedang, indikator yang relatif banyak ditunjukkan adalah indikator merasa atau bersikap seperti teman yang terdapat dalam aspek persamaan. Sedangkan konformitas teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM) juga berada dalam kategori sedang. Konformitas teman sebaya relatif banyak ditunjukkan pada aspek kesepakatan dengan indikator menyetujui atau menerima kesepakatan kelompok teman sebaya pada remaja pengguna pesan instan *BlackBerry Messenger* (BBM).

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. 2009. *Psikologi Sosial* (edisi revisi). Jakarta: Rineka Cipta
- Ali, Muhammad, dan Asrori, Mohammad. 2011. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Alsa, Asmadi. 2004. *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Annisa, Nurul. 2014. Pengaruh BlackBerry Messenger Terhadap Interaksi Sosial Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 6 Pekanbaru. *Jurnal*. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau Pekanbaru. <http://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/viewFile/2114/2061>. diunduh Pada Tanggal 4 Maret 2015.

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VII*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryana, Anton P. 2007. Studi Korelasi Motif Afiliasi dan Motif Berprestasi Dengan Prestasi Akademik Pada Siswa Kelas 2 SMU Pangudi Luhur 'Van Lith' Muntilan. Widya Warta. *Jurnal*. Universitas Katolik Widya Mandala Madiun. Edisi no. 2 Tahun XXXI.
- Astasari, A. R dan Sahrah, A. 2015. Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Membeli Impulsif pada Remaja Putri. *Jurnal*. Fakultas Psikologi. Universitas Manggal Yogyakarta.
- Aulia, Muharini. 2010. Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi Dengan Kecanduan Facebook. *Skripsi*. Fakultas Psikologi. UIN Jakarta. [http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitsream/123456789/21703/1/MU HARINI%20AULIA-FPS-1.PDF](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitsream/123456789/21703/1/MU%20AULIA-FPS-1.PDF) Diunduh Pada Tanggal 3 Juli 2014.
- Azwar, Saifuddin. 2013. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Baron, Robert A, and Byrne, Donn. 2004. *Psikologi Sosial Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- _____. 2004. *Psikologi Sosial Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Berk, Laura E. 2012. *Development Lifespan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Bocchiaro, Piero, and Zamperini, Adriano. 2012. Conformity, Obedience, Disobedience: The Power of the Situation. *Papers*. Italy: University of Padua. <http://www.intechopen.com/books/psychology-selected-papers/conformity-obedience-disobedience-thepower-of-the-situation>. Diunduh pada 10 Januari 2015.
- Chairunnisa. 2010. Hubungan Intensitas mengakses Facebook dengan motivasi belajar siswa MAN 13 Jakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/.../1/CHAIRUNNISA-FPS.PDF. Diunduh Pada Tanggal 26 Mei 2014.
- Feldman, Robert S. 2011. *Pengantar Psikologi Edisi 10 buku 1*. Alih Bahasa Gayatri, Petty Gina dan Sofyan, Putri Nurdina. 2012. Jakarta: Salemba Humanika

_____. 2011. *Pengantar Psikologi Edisi 10 buku 2*. Alih Bahasa Gayatri, P. G dan Sofyan, P. N. 2012. Jakarta: Salemba Humanika

[Http://m.koran-jakarta.com/?7643-pesan-instan-terkendala-jumlah-smartphone](http://m.koran-jakarta.com/?7643-pesan-instan-terkendala-jumlah-smartphone)
diakses 22 November 2014

[Http://tekno.kompas.com/2014/06/12/blackberry-messenger-masih-juara-di-indonesia](http://tekno.kompas.com/2014/06/12/blackberry-messenger-masih-juara-di-indonesia) diakses 22 November 2014

[Http://www.solopos.com/2014/09/30/tren-penggunaan-smartphone-di-kalangan-ibu-rumah-tangga-540698](http://www.solopos.com/2014/09/30/tren-penggunaan-smartphone-di-kalangan-ibu-rumah-tangga-540698) diakses pada 20 November 2014

Hurlock, B. E. 2002. *Perkembangan Anak*. Jakarta: Erlangga.

Kilamanca, D. F. 2010. Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi Dan Keterbukaan Diri Dengan Intensitas Mengakses Situs Jejaring Sosial Pada Remaja. *Skripsi*. Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret. digilib.uns.ac.id diunduh pada 12 Juni 2014.

Kusumadewi, D. R dan Rachmawati, M. A. 2008. Hubungan Antara Pemenuhan Kebutuhan Berafiliasi dengan Konformitas pada Mahasiswa Semester Pertama. *Jurnal*. Program Studi Psikologi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. UII Yogyakarta.
http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CB0QFjAA&url=http%3A%2F%2Fpsychology.uui.ac.id%2Fimages%2Fstories%2Fjadwal_kuliah%2Fnaskah-publikasi-02320112.pdf&ei=Cp6SVKXiCMTkuQSjvIGoCA&usg=AFQjCNFnBnd_OR4105Fi2jd4bclpFZ9pzQ diunduh pada 18 Desember 2014.

Luthans, Fres. 2006. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Andi.

Manthey, P. S. 1969. The Relationship Between Conformity, Independence, Anticonformity, and Certain Personality Characteristics. *Thesis*. Texas: North Texas State University. digital.library.unt.edu diunduh pada 31 Desember 2014.

McClelland, David. 1985. *Human Motivation*. New York: Cambridge University Press.

Monks, F. J. 2006. *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta: UGM Press

- Myers, D. G. 1999. *Social Psychology* (edisi ke-6). New York: McGraw-Hill
- O'Sears, dkk. 1999. *Psikologi Sosial Jilid kedua*. Alih Bahasa Michael. A. Jakarta: Erlangga.
- Papalia, Diane E, dkk. 2008. *Human Development (Psikologi Perkembangan) Bagian V s/d IX*. Alih Bahasa Anwar, A. K. 2008. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Pribadi, A.S, Pratiwi, M.M.S, dan Brotowidagdo, R. 2011. Motif Afiliasi Pengguna Aktif Facebook. Fakultas Psikologi Universitas Semarang. *Jurnal Proyeksi*, Vol. 6 (2) 2011, 50-57.
- Rakhmat, J. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rinjani, Hefrina dan Firmanto, Ari. Kebutuhan Afiliasi Dengan Intensitas Mengakses Facebook Pada Remaja. Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang. *Jurnal*. Vol. 01, No.01, Januari 2013. Diakses pada 2 April 2014.
- Rosnadiyah, lin. 2011. Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Menyimpang Pada Siswa SMP Negeri 13 Kota Semarang. *Skripsi*. Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang (tidak diterbitkan).
- Santrock, John W. 2003. *Adolescence Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga
- _____. 2007. *Remaja* jilid 2, edisi kesebelas. Jakarta: Erlangga
- Shatuti, Pipiet. 2012. Hubungan Konformitas Dengan Intensitas Bermain Game Online Pada Mahasiswa. *Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Soegijapranata (tidak diterbitkan).
- Soetjiningsih. 2004. *Tumbuh Kembang Remaja dan Permasalahannya*. Jakarta: CV. Sagung Seto
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Suryabrata, Sumadi. 2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Walgito, Bimo. 2004. *Pengantar Psikologi Umum Edisi IV*. Yogyakarta: Andi Offset.